

<https://helda.helsinki.fi>

Monipaikkainen etnografia : Sertifoitujen tuotteiden matka Hondurasin yhteisömetsistä Euroopan design-markkinoille

Nygren, Anja

Helsingin yliopisto, Sosiaalitieteiden laitos
2012

Nygren , A 2012 , Monipaikkainen etnografia : Sertifoitujen tuotteiden matka Hondurasin yhteisömetsistä Euroopan design-markkinoille . julkaisussa T Kallinen , A Nygren & T Tammisto (toim) , Ympäristö ja kulttuuri . Sosiaalitieteiden laitoksen julkaisuja , Nro 2012:11 , Helsingin yliopisto, Sosiaalitieteiden laitos , Helsinki , Sivut 407-434 . <
<https://helda.helsinki.fi/handle/10138/35717> >

<http://hdl.handle.net/10138/231405>

acceptedVersion

Downloaded from Helda, University of Helsinki institutional repository.

This is an electronic reprint of the original article.

This reprint may differ from the original in pagination and typographic detail.

Please cite the original version.

MONIPAIKKAINEN ETNOGRAFIA:

SERTIFIOITUJEN TUOTTEIDEN MATKA HONDURASIN YHTEISÖMETSISTÄ EUROOPAN DESIGN-MARKKINOILLE

Anja Nygren

Kehitysmaatutkimus

PL 59, 00014 Helsingin yliopisto

anja.nygren@helsinki.fi

Johdanto

Metsätalous tuo tähän kylään eniten rahaa. Jokaisessa perheessä on ainakin yksi ihminen joka tekee metsätöitä. Jos et sahaa puita, kannat lankkuja olallasi. Kukaan täällä ei rikastu metsätoista, mutta ne auttavat pysymään hengissä (...) Se on kovaa työtä. Jo aamuyöstä alan usein pyöriä unissani, kun tiedän, että taas pitää mennä lankkuja kantamaan.

Näin kuvaa metsätöitä Río Cangrejalin yhteisömetsätalouslyhmään kuuluva, 36-vuotias Arnoldo, kun miehet ovat lähdössä aamuhämärissä jyrkkärinteeseen metsään kantamaan *marapolán* -puita (*Guarea grandifolia* D.C.), jotka myydään läheisen kaupungin huonekalutehtaalle.¹ Arnoldolla on kädessään nukkavieru sohvatyyny, jonka hän laittaa olkapäälleen pehmusteeksi, jottei lankkujen kantaminen hiertäisi ihoa rikki. Miehet ovat tyytyväisiä, että töitä metsällä on riittänyt, sillä työmahdollisuudet Hondurasin maaseudulla ovat rajalliset ja toimeentulo pitää hankkia useista eri lähteistä. Metsätuloilla on tärkeä rooli paitsi perustoimeentulon kannalta myös lasten koulunkäynnin sekä äkillisten kriisitilanteiden, kuten vakavan sairauden tai onnettomuuden, aiheuttamien kustannusten kattamiseksi. Nämä Pohjois-Hondurasissa sijaitsevat Río Cangrejalin metsäryhmät ovat maailman ensimmäisiä sertifioituja yhteisömetsätalouslyhmiä. Niille myönnettiin Rainforest Alliancen

¹ Lainausten käännökset kirjoittajan. Tekstissä esiintyvien henkilöiden ja yhtiöiden nimet on muutettu.

ympäristösertifikaatti hyvästä metsienhoidosta jo vuonna 1991; tämä sertifikaatti sai Forest Stewardship Councilin (FSC) hyväksynnän vuonna 1993 (Markopoulos 2003).²

KUVA 1

Metsien ympäristösertifioinnit ovat nousseet viime vuosina yhdeksi merkittävimmistä keinoista pyrkimyksissä kohti ympäristöllisesti ja yhteiskunnallisesti vastuullista metsätaloutta. Markkinalähtöisiin kannustimiin perustuvat sertifiointijärjestelmät on nähty uutta luovina ja vaihtoehtoisina ympäristöhallinnan keinoina tilanteessa, jossa valtiollisia ympäristösääntelyn keinoja on moitittu hitaiksi ja tehottomiksi (Ebeling & Yasué 2009). Kolmannen osapuolen sertifiointijärjestelmiä on kutsuttu innovatiivisiksi ”kaikki hyötyvät” – ohjauskeinoiksi, joissa päätäntävalta on markkinoilla, ja joissa kansalaisilla ja kuluttajilla on ratkaiseva merkitys yhteiskunnallisesti ja ympäristöllisesti kestävä tuotannon ja kulutuksen ohjailussa (Cashore ym. 2006). Markkinalähtöisinä mekanismeina ympäristösertifioinnit perustuvat ajatukseen, että kuluttajat ovat valmiita maksamaan lisähintaa sertifioituista tuotteista ja täten tukemaan pyrkimyksiä hillitä metsäkatoa ja parantaa paikallisväestön toimeentuloa. Näyttävässä kampanjassaan Río Cangrejalin sertifioitujen yhteisömetrien puolesta Tanskan FSC:n iskulauseena onkin ollut:

Kun metsätalous täyttää FSC:n periaatteet, vaikutukset luontoon, eläimiin ja paikallisyhteisöihin ovat myönteisiä (...) Ostoksillasi välität voimakkaan viestin ympärilläsi ja tarjoat suoraa tukea metsänomistajille, jotka ovat valinneet sellaisen metsätalouden, joka perustuu ihmisten ja luonnon kunnioitukseen.

² Ryhmät on sittemmin uudelleen sertifioitu FSC:n ryhmäsertifikaatilla Cooperativa Agroforestal Regional (COATLAHL) sateenvarjo-organisaation nimissä. Viimeisin sertifikaatti on toukokuulta 2009. FSC:n yleisistä sertifiointikriteereistä, katso FSC (2002).

On kuitenkin epäselvää, missä määrin, miten ja kenelle sertifioinnit edustavat ympäristöllisesti ja yhteiskunnallisesti vastuullista metsätaloutta sekä millaisia etuja ja rajoitteita, vastuita ja velvollisuuksia sertifioinnit asettavat eri toimijoille. Tarkastelen tässä artikkelissa sertifioitujen metsäntuotteiden – lähinnä huonekalujen ja sisustustarvikkeiden – arvoketjuja Hondurasin yhteisömetsestä Tanskan design-markkinoille analysoimalla sertifiointeja monimutkaisina hallinnan ja kontrollin keinoina, joissa lukuisat eri toimijat, päämäärät, kulttuuriset mielikuvat ja sosiaaliset käytänteet kohtaavat. Päähuomio kohdistuu siihen, miten eri toimijat neuvottelevat, uudelleen tulkitsevat ja kiistelevät sertifioitujen tuotteiden tuotantoon ja kauppaan liittyvistä säännöistä, mielikuvista ja arvoista. Tutkimukseni pyrkii valottamaan sertifioitujen metsäntuotteiden arvoketjuja materiaalisena ja mentaalisenä matkana, jossa paikallinen ja globaali, perinteinen ja moderni, luonto ja kulttuuri, ja taloudellinen tuottavuus ja sosiaalinen oikeudenmukaisuus kietoutuvat monimutkaisesti toisiinsa.

Metsien ympäristösertifioinnit liittyvät osaltaan globalisaatioon ja uusliberalistiseen talouspolitiikkaan, jossa metsäntuotteiden markkinat ovat samanaikaisesti sekä yhdentymässä että eriytymässä. Samalla kun 25 % metsätalouden globaalista tuotantokapasiteetista on kymmenen isoimman monikansallisen yhtiön käsissä, ja standardoitujen huonekalujen ja sisustustarvikkeiden myynti keskittyy yhä enemmän laajoihin “tee se itse” -ketjuihin, yksilöllisten ja vahvasti brändättyjen design-huonekalujen ja -sisustustarvikkeiden myynti eriytyy eri tyyliuuntien ja elämäntapojen ylle rakennettuihin erikoisliikkeisiin (Eden 2009; Mikkilä & Toppinen 2008). Ympäristöystävällisyys ja yhteiskuntavastuu ovat tärkeitä myyntivaltteja etenkin erityismarkkinoilla. Tätä kysyntää ovat ruokkineet monet ympäristöliikkeet, jotka ovat painostaneet huonekaluihin ja sisutukseen keskittyviä vähittäiskauppiaita myymään sertifioituja tuotteita ja täten vahvistamaan julkisuuskuvaansa

ympäristöllisesti ja yhteiskunnallisesti vastuullisina toimijoina. Tässä suhteessa metsien ympäristösertifioinneilla on selkeitä kosketuskohtia moniin reilun kaupan, eettisen kaupan ja ympäristöllisen ja sosiaalisen oikeudenmukaisuuden liikehdintöihin, jotka etsivät uusia tapoja vaikuttaa maailmankaupan rakenteisiin ja pohjoisen ja etelän väliseen eriarvoisuuteen globalisoituvassa maailmassa (Barrientos & Dolan 2006; Tallontire 2009).

Vaikka metsien ympäristösertifioinnit ovat kasvaneet merkittävästi viime vuosina, niiden maantieteellinen ja sosiaalinen jakauma on epätasainen. Vuonna 2009 noin 54 % maailman talousmetsistä oli sertifioituja. Näistä 57 % sijaitsi Pohjois-Amerikassa, 26 % läntisessä Euroopassa, kun taas Latinalaisen Amerikan, Aasian ja Afrikan osuus oli yhteensä 7 % huolimatta siitä, että alun perin sertifiointien oli tarkoitus tukea nimenomaan trooppisten metsien kestäväää käyttöä (ITTO 2009; UNECE/FAO 2009). Suurin osa sertifikaateista on myönnetty isoille teollisille toimijoille, kun taas maailman yhteisömetsistä vain 1 % on sertifioitu (Molnar ym. 2004). Tämä siitäkin huolimatta, että 22 % kahdeksantoista metsäisimmän kehitysmaan metsistä on tällä hetkellä yhteisöllisessä omistuksessa tai hallinnassa, ja tämän osuuden oletetaan lähitulevaisuudessa kasvavan hallinnon hajauttamistoimien ja alkuperäiskansojen maanomistukseen liittyvien liikehdintöjen myötä (White & Martin 2002, 5; katso myös Potinkaran ja Vihemäen artikkelit tässä teoksessa).

Arvoketjut, hallinta ja konventiot

Kansainvälisiä tuotanto- ja kulutusketjuja ja näihin liittyviä arvoja on tarkasteltu viime vuosina erityisesti globaalien arvoketjuanalyysien ja hyödykeverkostanalyysien avulla.³

³ Arvo on yhteiskuntatieteissä monimerkityksellinen käsite ja sitä on viime vuosina tarkasteltu useasta eri teoreettisesta lähtökohdasta käsin. Tässä artikkelissa arvoja tarkastellaan ennen kaikkea arvoketjuanalyttisen teorian ja konventioteorian näkökulmista, joissa arvot nähdään taloudelliseen toimintaan, sosiaalisiin suhteisiin,

Tällaisia analyyseja on tehty muun muassa Reilun Kaupan kahvista, Rooibos-teestä, Nokian kännyköistä, eettisen kaupan piirissä tuotetuista urheiluvaatteista, autoteollisuudesta ja matkailusta (Barrientos & Dolan 2006; Bassett 2010; Dicken 2007; Raynolds & Ngcwangu 2010; Yeung ym. 2006). Globaali arvoketjuanalyysi tarkoittaa lyhyesti sitä, että tietyn tuotteen kulkua seurataan sen tuottamisesta tai suunnittelusta, jalostuksen, tukku- ja vähittäiskaupan kautta loppukulutukseen asti (Kaplinsky & Morris 2003, 11). Samalla kiinnitetään huomiota siihen, miten hyödyt ja haitat, valta ja vastuu jakautuvat eri toimijoiden kesken (Ponte & Gibbon 2005). Viime aikoina on oltu kiinnostuneita etenkin siitä, miten ketjun ulkopuoliset toimijat, kuten ympäristöjärjestöt tai kansainvälisen kaupan säädökset, määrittelevät ketjun muotoutumista, ja millaisia hallinnan keinoja eri toimijat käyttävät pyrkiessään vaikuttamaan siihen, mitä maailmassa tuotetaan, missä, kenen toimesta ja millä ehdoilla (Goodman 2010).

Arvoketjuanalyysi vaatii monimuotoisten paikallinen–globaali -suhteiden tarkastelua tilanteessa, jossa paikallisuus muovautuu pääoman, tiedon, ideoiden ja tuotteiden globaaleissa virroissa, samalla kun paikalliset olosuhteet, sosiaaliset instituutiot ja kulttuuriset käytännöt muokkaavat näitä virtoja (Dicken 2007, 8–19; Scholte 2008). Río Cangrejalin sertifioidut metsäryhmät ovat hyvä esimerkki siitä, miten etelän paikallisyhteisöjen toimeentulot ovat kasvavassa määrin sidoksissa globaaleihin tuotanto- ja kulutusketjuihin. Samalla paikalliset ihmiset pyrkivät mahdollisuuksiensa mukaan uudelleen muotoilemaan ja säätelemään näiden ketjujen vaikutusta elämäänsä ja toimeentuloonsa kyseenalaistamalla epäolennaisia sääntöjä ja epäoikeudenmukaisia hallinnan muotoja (Chernela 2005; Nygren 2004; Walsh 2005).

Tällaisten uudelleen muotoilujen tarkastelu edellyttää näkökulmaa, jossa taloudellinen

poliittiseen valtaan ja kulttuurisiin mielikuviin erottamattomasti sidottuina (Klooster 2006; Ponte & Gibbon 2005; Renard 2005).

toiminta nähdään sosiaalisiin suhteisiin, poliittiseen vaikutusvaltaan ja kulttuuriin arvonmäärityksiin ja mielikuviin erottamattomasti linkittyneenä (Freidberg 2003; Ponte & Gibbon 2005; Walsh 2010). Tältä pohjalta täydennän metsäntuotteiden arvoketjujen tarkasteluani viimeaikaisilla konventioteorian tuulahduksilla (Klooster 2006; Renard 2005). Sosiaalisilla käytänteillä ja kulttuurisilla säännöillä on erityinen merkitys sertifioituissa arvoketjuissa, joissa arvonmääritys painottuu enenevässä määrin laatuun ja erilaisiin ympäristöllisiin ja sosiaalisiin arvoihin. Laatu ei ole tällöin pelkkä fyysinen ominaisuus, vaan sillä viitataan moniin sellaisiin piirteisiin, joita on vaikea yksioikaisesti määritellä, kuten tyylikkyyteen tai sosiaaliseen hyveellisyyteen. Samaan aikaan sertifioitujen tuotteiden laadun määrittely on siirtymässä yhä enemmän itse tuotteen laadun arvioinnista sen tuottamisen, jalostamisen ja kulutuksen laadukkuuteen (Valkila & Nygren 2010). Tällöin mukaan kuvioihin astuvat erilaiset konventiot, kuten työoloja, lapsityövoiman käyttöä, ympäristöllistä kestävyyttä ja sosiaalista oikeudenmukaisuutta koskevat käytänteet. Nämä seikat määrittelevät sitä, millaisiksi sertifioidut arvoketjut muotoutuvat ja miten eri toimijat ovat tekemisissä keskenään ja ”ympäristön” kanssa sertifioitussa arvoketjussa (Goodman 2010).

Samanaikaisesti yhteisöllisyys ja paikallinen kulttuuri ovat saamassa uusia merkityksiä sertifioitujen tuotteiden markkinoilla, joissa tärkeä osa tuotteen arvosta määrittyy siitä, millainen tarina tuotteiden takaa on luettavissa: Mitä asioita näissä tarinoissa tuodaan esille ja mitä jätetään kertomatta. Kulttuurisilla mielikuvilla ja sosiaalisilla käytänteillä on suuri merkitys siinä, millaisia näkemyksiä eri toimijat esittävät taloudellisesta toiminnasta ja millaiseksi paikallisten tuottajien asema arvoketjussa muodostuu. Näin erityisesti silloin kun kauppaa käydään sellaisten pohjoisen ja etelän toimijoiden välillä, joilla on keskenään hyvinkin erilaisia näkemyksiä laadukkuudesta, paikallisuudesta ja ympäristöllisestä ja sosiaalisesta kestävyydestä (Lyon 2006).

Seuraavassa tarkastelussani Río Cangrejalin metsäryhmien linkkiytymisestä Tanskan design-markkinoille kiinnitän erityistä huomiota niihin seikkoihin, jotka määrittelevät sertifioitujen tuotteiden arvonmäärittystä sekä niihin diskurssiivisiin käytänteisiin ja valtasuhteisiin, jotka säätelevät sertifioitujen tuotteiden ympärille rakennettuja mielikuvia. Tutkimukseni pyrkii valottamaan sertifiointeja hallinnan mekanismeina, jossa eri toimijat neuvottelevat niistä ehdoista, joilla sertifioituja tuotteita tuotetaan ja niistä keinoista, joilla näitä tuotteita markkinoidaan ja myydään, joskin epätasaisin asetelmin. Tällainen tarkastelu on tärkeää ymmärtääksemme sosiaalisten käytänteiden ja kulttuuristen arvojen merkitystä sertifioitujen tuotannon ja kulutuksen ohjailussa, sitä millaisiin mielikuviin nämä ohjailut perustuvat sekä millaisia mahdollisuuksia sertifioinneilla on uudistaa vallitsevia globaalin huonekalu- ja sisustustarvikekaupan asetelmia.

Monipaikkainen etnografia

Tutkimukseni pohjautuu vuosina 2004, 2007, 2008 ja 2009 toteutettuun monipaikkaiseen ja monitasoiseen etnografiseen kenttätööhön. Ensinnäkin olen tehnyt etnografista kenttätöitä Pohjois-Hondurasin sademetsäalueilla yhteisömetsätaloutta harjoittavissa paikallisyhteisöissä. Kenttätöiden aikana haastattelin Río Cangrejalin viidessä eri metsätalousyhteisössä kymmeniä eri metsäryhmäläisiä. Samalla keräsin yhdessä metsä- ja ympäristöekonomian tutkijoiden kanssa melko kattavan kyselylomakeaineiston alueen kotitalouksien toimeentulomuodoista ja näihin liittyvistä tuloista ja kustannuksista. Tästä aineistosta kävi selkeästi ilmi, etteivät paikalliset ihmiset ole yksi, yhtenäinen joukko, jolla olisi yhteiset päämäärät ja tavat käyttää luonnonvaroja. Río Cangrejalin asukkaat hankkivat toimeentulonsa lukuisista eri lähteistä, kuten maataloudesta, pienimuotoisesta

karjankasvatuksesta, puutarhaviiljelystä, satunnaisista palkkatöistä rakennuksilla, liikenteessä ja palvelusektorilla, epävirallisesta kaupankäynnistä sekä rahansiirroista Yhdysvalloissa ja Meksikossa siirtolaistöissä olevilta sukulaisilta (Nygren & Myatt-Hirvonen 2009).

KUVA 2

Hondurasin maanomistusolot ovat monimutkaiset. Suurin osa metsävaroista on virallisesti joko valtion tai kunnan omistamia, mutta paikallisilla kotitalouksilla ja yhteisöillä on monenlaisia käyttöoikeuksia metsäalueisiin, jotka on jaettu kotitalouksille tai yhteisöille niiden perinteisten asumisoikeuksien ja luonnonvarojen käyttömuotojen mukaan (Nygren 2005; Roquas 2002). Tietty ryhmä yhteisön sisältä voi hakea metsäministeriöltä lupaa harjoittaa yhteisömetsätaloutta yhteisön käyttöoikeuksiin kuuluvalla metsäalueella. Kuten tavallista, myös Río Cangrejalissa vain osa alueen asukkaista osallistuu metsätalouteen ja nämä metsätöihin osallistuvat ihmisetkin ovat sekalainen ryhmä erilaisine vastuine ja velvollisuuksineen. Ryhmässä arvostetuimpia ovat metsurit, sen jälkeen näiden avustajat, alimpana asteikossa ovat ne, jotka kantavat lankkuja olallaan tien varteen niin jyrkkärinteisistä paikoista, ettei puiden kuljetus muuleilla onnistu. Koska metsätalous vaatii erinomaista fyysistä kuntoa, metsätalouteen osallistuvat etupäässä nuorehko miehet. Naisilla ei ole osallisuutta metsätöihin eikä suoraa pääsyä metsätaloudesta saataviin tuloihin, joskin naisilla on tärkeä rooli kotitalouksien raha-asioiden hoidossa ja rahankäytön kontrollissa.

Tätä haastattelu- ja kyselylomakeaineistoa täydensin osallistuvalla havainnoinnilla. Lukuisat keskustelut paikallisten ihmisten kanssa ja tutustumiskäynnit metsätyömailla, käsityöpajoissa ja verstailla avasivat näkemystä paikallisista työoloista ja tuotannon tavoista, samalla kun osallistumiset erilaisiin kokouksiin ja epävirallisiin tapahtumiin tarjosivat tietoa sosiaalisista

suhteista ja vallan verkostoista. Osallistuva havainnointi ja epäviralliset keskustelut olivat tärkeitä myös aineiston ristiin tarkistuksen kannalta. Tein lukuisia haastatteluja myös hondurasilaisilla sahoilla, pienissä huonekaluverstaissa, keskikokoisissa huonekaluyrityksissä ja isoissa huonekalutehtaissa. Näiden haastattelujen yhteydessä tehdyt työpaikkavierailut antoivat tärkeää lisätietoa työoloista, jalostuksen tavoista ja kaupankäynnin ehdoista.

Tämän lisäksi tein kenttätöitä Tanskassa haastatteleamalla trooppisen arvopuun tukku- ja vähittäiskauppiaita, isojen huonekaluketjujen ja erikoistuneiden sisutusliikkeiden edustajia sekä osallistumalla huonekalunäyttelyihin, joissa alan toimijat esittelivät tulevien vuosien mallistojaan. Haastattelin sekä Hondurasissa että Tanskassa myös kymmeniä sellaisten kehitysprojektien ja kansalaisjärjestöjen edustajia, metsä- ja ympäristöviranomaisia sekä sertifiointilaitosten, ympäristöliikkeiden ja ammattiyhdistysten edustajia, jotka ovat tekemisissä trooppisten metsien sertifiointien kanssa. Tätä haastatteluihin ja osallistuvaan havainnointiin perustuvaa aineistoa täydensin arkistoaineiston, hallinnollisten dokumenttien ja erilaisten kehitysraporttien sisällönanalyysin avulla.

Tällainen monipaikkainen etnografia, jossa lukuisat eri toimijat ja monet eri yhteiskunnalliset tasot, paikallisesta kansainväliseen, linkittyvät toisiinsa tarjoaa mielenkiintoisia näkökulmia globaalien ja lokaalien tuotannon ja kulutuksen virtojen tarkasteluun toisiinsa kiinnittyneinä (Stoller 2003; Tsing 2005). Samalla monipaikkainen etnografia tarjoaa tärkeitä näkökulmia siihen, miten eri toimijat neuvottelevat, kiistelevät ja uudelleen tulkitsevat sertifioitujen tuotteiden tuotantoon, kauppaan ja kulutukseen liittyvistä säännöistä ja arvoista, joskin erilaisista tiedon ja vallan asetelmista käsin.

Mielikuvien hallinta

Sertifioitujen tuotteiden markkinointi perustuu pitkälti siihen, että ihmiset kuluttavat mielikuvia samalla tavoin kuin tuotteita (Varul 2008, 659). Näin markkinoinnissa pyritään muokkaamaan merkityksiä ja hallitsemaan mielikuvia siten, että tietyt tuotteet kiinnittyvät tietynlaiseen elämäntapaan ja identiteettiin. Sertifioitujen troopiikin tuotteiden kohdalla avainasemassa ovat mielikuvat etäisyydestä ja autenttisuudesta. Eksoottiset sademetsämaisemat ja romanttiset kuvat paikallisista ihmisistä ainutlaatuisen metsäluonnon vaalijoina ruokkivat näkemyksiä paikallisyhteisöistä ja -ympäristöistä autenttisina toisina (Nygren 2004; Slater 2002). Esimerkiksi Hondurasissa metsäsertifioinnit keskittyvät lähes yksinomaan sademetsiin. Tämä osittain siitä syystä, että metsätaloudellisesti huomattavasti tärkeämpien mäntymetsien sertifioidut tuotteet ja mielikuvat ovat liian tavanomaisia kaupattavaksi pohjoisen erityismarkkinoille.

Tällaisiin autenttisen luonnon ja eheän paikallisuuden mielikuviin liittyvät myös yksioikoiset käsitykset yhteisömetsätaloudesta. Paikallisyhteisöjen sosiaaliset suhteet kuvataan usein kaikenkattavina solidaarisuussuhteina, joissa iloinen yhdessä tekeminen ja avuliaisuus korostuvat. Samalla jätetään mainitsematta erilaiset lojaaliuden vaatimukset, epäsuhteiset välittäjäketjut ja hierarkkiset kaupankäynnin muodot, jotka säätelevät monien etelän paikallisyhteisöjen toimeentulomotoja.⁴ Sertifioitujen tuotteiden markkinoinnissa rakennetaan mielikuvia, joiden mukaan etelän paikallisyhteisöjen elämää leimaa sellainen alkuperäisyys ja yhteisöllisyys, joka länsimaisissa jälkiteollisissa yhteiskunnissa on aikoja sitten menetetty (Wright 2004, 667). Näin luodaan kuvaa kehitysmaiden ihmisistä erilaisina toisina, joiden synnynnäinen luonnontuntemus ja sisäinen perinteiden kunnioitus ovat luonteeltaan selvästi

⁴ Etelän paikallisyhteisöjen sosiaalisten suhteiden yksinkertaistamisesta yksioikoisiksi solidaarisuussuhteiksi on olemassa laaja kirjallisuus sekä antropologiassa että lähitieteissä. Aiheesta enemmän esim. Bähre (2007), Guérin (2006), Stasch (2009) sekä Río Cangrejalin osalta Nygren & Myatt-Hirvonen (2009).

erilaisia kuin pohjoisen globaali ympäristötietoisuus ja kosmopoliittinen vieraiden kulttuurien arvostus (Tsing 2005, 121–124; ks. myös Sarkin artikkeli tässä teoksessa).

Tämä markkinoinnissa välitetty sanoma pyritään luomaan yksiselitteiseksi, ilman ristiriitaisten tulkintojen mahdollisuutta. Etelän pientuottajien tehtävänä on myydä luonnonmukaisuutta ja perinteiden kauneutta. Osallistuessani huonekalu- ja sisustusnäyttelyihin Tanskassa minun oli välillä vaikea tunnistaa etelän yhteisömetalsataloustuotteita kaiken erilaistamisen ja tyylyttelyn takaa. Sertifioidut tuotteet myydään vaativilla erikoismarkkinoilla, joissa pyrkimyksenä on kehittää korkealaatuisia, vahvasti brändättyjä, tuotteita, joita ostamalla kuluttaja voi osoittaa omaperäisyyttään, hienostunutta tyyliä ja pyrkimystään maailmanlaajuiseen ympäristö- ja yhteiskuntavastuullisuuteen ja sosiaaliseen oikeudenmukaisuuteen.

Samalla kuluttajalle pyritään luomaan tunne siitä, että hän pystyy ostopäätöksillään vaikuttamaan asioihin paikan päällä, aivan kuten tunnettu sosiaalisen vastuullisuuden sanonta kehottaa: ”Ajattele maailmanlaajuisesti, toimi paikallisesti!” Tätä kautta poliittinen vaikuttaminen siirtyy yhä enemmän kuluttajien vapaaehtoisten valintojen varaan samalla kun kulutuksesta on tulossa entistä tärkeämpi symboli poliitikanteon kentällä. Erilaisten maanläheisten tarinoiden avulla kuluttajalle tarjotaan mahdollisuus tutustua tuottajan ja hänen perheensä elämään ja paikalliseen elämäntapaan. Näin sertifioituille tuotteille saadaan ihmisen kasvot ja kuluttaja pystyy kontrolloidusti kohtaamaan paikallisen tuottajan elämäntilanteen. Tyypillistä näille tarinoille ovat vakuuttelut, siitä miten sertifiointi on muuttanut radikaalisti paikallisväestön toimeentuloa, aivan kuten FSC:n kampanjatekstissä Río Cangrejalin yhteisömetalsatalousryhmään kuuluva Carlos kertoo:

(...) usea suuri, yksityinen yhtiö sai luvan hakata puuta meidän alueelta. Iso osa metsästä

hävisi ja puun hinnat olivat erittäin alhaalla (...) Apu Svettanilta [tanskalaiselta kehityshankeprojehtilta, nimi vaihdettu] muutti kaiken sekä meidän että metsän kannalta. Minulla on nyt varaa asua tiilitalossa ja laittaa tyttärenti, Yasmin, kouluun niin että hän voi saada kunnan koulutuksen.

Carlosin auringonpaahtamat kasvot, jotka katsovat lähietäisyydeltä suoraan kameraan, luovat lukijalle tunteen läheisestä yhteydestä tuottajan kanssa. Etunimien käyttö on omiaan vahvistamaan tunnetta henkilökohtaisesta tuttavuudesta. Tämä tuttavuus ei kuitenkaan vaadi kuluttajalta sen syvällisempää sitoutumista, koska kertomuksesta käy ilmi, että Carlos asuu ”kaukana siellä”. Oman kenttäkokemukseni valossa minua jopa epäilyttää, ovatko kuvassa esiintyvät kasvot sittenkään sen Carlosin kasvot, jonka tunnistan tarinan takaa.

Silmiinpistävää FSCn kampanjassa on myös kohtaamisen yksisuuntaisuus. Haastatteluni paikallisten ihmisten kanssa toivat selkeästi esille sen, että suurimmalla osalla Río Cangrejalin metsäryhmäläisistä, tavallisista kyläläisistä puhumattakaan, ei ollut juurikaan tietämystä siitä, minne sertifioitui tuotteet myydään ja millaisia ovat sertifioitujen tuotteiden kuluttajat. Caroline Wrightin (2004, 669) analyysia Reilun Kaupan tuotteiden markkinoinnista mukaillen, minä voin kuluttajana nähdä Carlosin, mutta hän ei näe minua.

FSCn kampanjatekstin lukijalla ei ole myöskään mahdollisuutta tietää, millaisia merkityksiä paikalliset ihmiset itse antavat sertifioituille tuotteille. Río Cangrejalin puusta taitavasti muotoillut keittiöjakkarat ja kynnysmatot on suunnattu tyylitietoisille pohjoisen kuluttajille. Monissa paikallisissa maalattaisissa taloissa näillä tuotteilla ei juuri olisikaan käyttöä. Monet paikalliset ihmiset ihmettelivät minulle myös sitä, miten ”kaiken pitää olla luonnonmukaista, puun omaa väriä kunnioittavaa, silloin kun tuotteet myydään ulkomaille”. Heidän mielestään kirkkailla väreillä maalatut keittiöjakkarat ja kukkakuvioin koristellut kynnysmatot olisivat olleet huomattavasti kauniimpia.

Suhteessaan metsään Río Cangrejalin metsäryhmäläiset painottivat ennen kaikkea sitä, että ilman metsäryhmiä suuri osa alueen metsistä olisi jo aikoja sitten hävitetty karjankasvatuksen tieltä. Samalla he korostivat sitä, miten sertifioinnit ovat vahvistaneet paikallisten ihmisten metsän käyttöoikeuksia ja sertifioitu metsätalous on tuonut merkittävän lisän monen kotitalouden toimeentulomuotojen kirjoon. Sen sijaan paikalliset ihmiset kyseenalaistivat pohjoisen ympäristöjärjestöjen näkemykset luonnon suojelusta itseisarvona. Heille metsä oli ennen kaikkea toimeentulohankintapaikka ja oleellinen osa jokapäiväistä elinpiiriä sekä tapaa hahmottaa maailmaa, ei ihmistoiminnasta irrallinen biodiversiteetin aarreaitta tai neitseellinen luonnonhelma (katso myös Berglundin ja Kallisen artikkelit tässä teoksessa). Siksi Río Cangrejalin metsäryhmäläiset eivät olleet kovinkaan innostuneita pohjoisen sertifioijien vaatimista luonnon monimuotoisuuteen tähtäävistä metsänhoidollisista toimenpiteistä, jotka aiheuttivat huomattavaa lisätyötä ilman suoraa taloudellista hyötyä. Samalla metsäryhmäläiset kertoivat huvittuneena juttuja pohjoisen sertifiointiasiantuntijoiden tarkastuskierroksista Río Cangrejalin metsissä:

Nuo ulkomaalaiset eivät tienneet miten kulkea näissä metsissä. Meidän täytyi tukea ja kannatella heitä, jotta he eivät olisi kompuroineet mudassa ja jyrkissä rinteissä. Metsäreissun jälkeen he olivat aivan poikki ja meidän täytyi hoidella heidän haavojaan. Yksi heistä soitti New Yorkiin, että näille ihmisille täytyy antaa sertifikaatti, sen verran epäinhimillisissä oloissa he tekevät töitä!

Kiinnostavaa tässä tapahtumaketjussa oli se, että sertifioijien mielestä nimenomaan Río Cangrejalin metsät olivat se vaarallinen ja vaikea ympäristö, jossa metsäryhmät tekevät töitä suojellakseen maailman metsien monimuotoisuutta. Siitä miten vaikeat ja ”vihamieliset” metsäryhmäläisten sosiaaliset työskentelyolosuhteet olivat laittoman puukaupan, hierarkkisten välittäjäketjujen ja globaalin metsätalouden puristuksessa eivät sertifioijien raportit maininneet juuri mitään. Paikalliset metsäryhmät itse toivat haastatteluissa esille

nimenomaan sitä, miten vaikeaa heidän on kilpailla nopeasti muuttuvilla metsäntuotteiden markkinoilla, joissa huonekalutehtaiden ja vähittäiskauppioiden vaatimukset vaihtelevat lähes päivittäin. Vaikka paikallisten ihmisten taloudellinen toiminta olikin pienimuotoista, ei tämä silti tarkoita sitä, että heidän toimeentulohankintansa olisi ollut yksinkertaista. Monet ihmiset kuvasivat elämäänsä ”rulettina, jossa toimeentulo on hankittava useista pienistä lähteistä ja sieltä mistä kulloinkin mahdollista”. Tähän hektisyyteen liittyi myös jatkuva huoli siitä, että pystyy luomaan suosiollisia sosiaalisia suhteita poliittisesti ja taloudellisesti vaikutusvaltaisiin ihmisiin ja että on oikealla hetkellä oikeassa paikassa, ilman että jossakin muualla mahdollisesti tarjolla oleva otollinen tilaisuus menee sivu suun.

Markkinalähtöisinä mekanismeina sertifioinnit perustuvat ajatukseen siitä, että kehitysavun sijasta tehokkaampi tapa lieventää kehitysmaiden köyhyyttä on luoda kestäviä kauppasuhteita näiden kanssa. Näkemyksen mukaan kehitysmaiden köyhillä säilyy näin myös tietty ihmisarvo, kun heidän taloudellinen tukemisensa ei perustu hyväntekeväisyyteen tai yhteiskunnalliseen solidaarisuuteen, vaan siihen että nämä ihmiset tarjoavat laadukkaita tuotteita kansainvälisille markkinoille (Varul 2008) Tätä seikkaa painotti myös erään tanskalaisen kehitysprojektin edustaja haastattelussaan:

Minusta ihmisten tulisi ostaa sertifioituja tuotteita siksi, että ne ovat hyvälaatuisia ja ihmiset pitävät niistä, ei siksi että he tuntevat sääliä (...) Mielikuvilla on suuri merkitys kaupankäynnissä. Tanskalaiset kuluttajat ovat (...) tarkkoja trooppisten metsien suojelusta ja haluavat ostaa kestävästi tuotettua trooppista puuta. He ovat kiinnostuneita tarinasta tuotteen takana ja halukkaita maksamaan enemmän, jos tarina on kaunis ja koskettava (...) Myös ilmastonmuutos on lisännyt ihmisten tietoisuutta.

Tällä tavoin kuluttaja ei ole enää passiivinen markkinoinnin kohde, vaan aktiivinen toimija, joka pystyy ostopäätöksillään vaikuttamaan kehitysmaiden metsien tilaan ja paikallisväestön

elämään (Wright 2004). Lisäksi kuluttaja pystyy osoittamaan maailmanlaajuista vastuullisuutta heijastamalla kulutuskäyttäytymisellään omia toiveitaan ja unelmiaan sellaisiin kaukaisiin paikkoihin ja ihmisiin, jotka eivät kuitenkaan ole niin vieraita, että outoudentunne estäisi häntä tuntemasta solidaarisuutta näitä erilaisia toisia kohtaan. Tämä seikka tulee selkeästi ilmi myös johdanto-osuudessa esitetystä FSC:n kampanjateksistä, jossa painotetaan sitä, miten tavallisella ihmisellä on mahdollisuus ostopäätöksillään tukea metsätaloutta, joka kunnioittaa paikallista luontoa ja paikallisia ihmisiä.

Samalla arvoketjujen monopolisuus ja näihin liittyvien etelän ja pohjoisen välisten suhteiden monimutkaisuus mahdollistavat sen, että kuluttaja pystyy osoittamaan globaalia oikeudenmukaisuutta ilman, että hänen täytyisi kantaa suoranaista vastuuta kulutustottumustensa vaikutuksista (Varul 2008). Välttämisen etiikkaa ei pitkien etäisyyksien vuoksi tarvitse ankkuroida henkilökohtaiseen sitoutumiseen eikä kuluttajan tarvitse tuntea koko ongelmakentän monimutkaisuutta. Haastatteluissani ja keskusteluissani sahanomistajien, huonekalutehtaiden johtajien, vähittäiskauppioiden ja loppukuluttajien kanssa kävi selkeästi ilmi, että suurella osalla näistä toimijoista oli melko hatara käsitys siitä, mitä metsien ympäristösertifiointi pitää sisällään. Hondurasilaiset sahanomistajat ja huonekalutehtaiden toimitusjohtajat sekoittivat sertifioidun puun lailliseen puukauppaan ja alkoivat kiireen vilkkaa vakuutella kysymyksiini ympäristösertifioinneista, että heidän tuotannossaan ”kaikki puu on laillisesti hakattua”. Vastaavasti tanskalaiset tukkukauppiaat, vähittäiskauppiaat ja kuluttajat olivat sertifiointeihin liittyen kiinnostuneita lähinnä siitä, ettei sertifioituja tuotteita valmisteta laittomasta puusta ja ettei niiden tuotantoon sisälly korruptiota.

Kansainvälisillä ympäristöjärjestöillä on ollut metsien ympäristösertifiointeihin liittyvien

mielikuvien hallinnassa erityisen keskeinen rooli (Klooster 2006). Monet näiden järjestöjen kampanjoista on rakennettu mustavalkoisten mielikuvien varaan, joissa sertifioimattomien tropiikin tuotteiden ostaminen esitetään vastuuttomana, koska sen katsotaan perustuvan metsätalouteen, joka hävittää sademetsiä ja tuhoaa paikallisväestön elinoloja. Sertifioitujen tuotteiden ostamista sen sijaan kampanjoidaan vastuullisena kuluttamisena, jossa metsäluonnon raiskaus ja epäoikeudenmukaiset kauppasuhteet on korvattu moraalisesti laadukkaalla kaupankäynnillä. Tältä pohjalta sertifioitujen tuotteiden markkinoinnissa vältetään viittauksia ympäristöongelmiin ja paikallisväestön köyhyyteen. Sen sijaan sertifioituja tuotteita markkinoidaan syyllisyydestä vapauttavina tuotteina, joita ostamalla kuluttaja saa hyvä mielen siitä, että hän on tehnyt moraalisesti oikean valinnan (Wright 2004). Esimerkiksi metsätalouteen liittyviä työoloja ei ole syytä valottaa liikaa, koska kuvat metsäryhmäläisistä sahaamassa puita paljain jaloin tai kantamassa lankkuja olallaan pitkin mutaisia rinteitä, ovat riskialttiita. Ne vievät helposti sertifioituja puutarhahuonekaluja kotipuutarhaansa ostavalta pohjoisen kuluttajalta kulutuksen nautinnollisuuden. Pikemminkin pyrkimyksenä on tuoda esille paikallisväestön voimaannuttamista ja sertifioitujen tuotteiden ostamisen liittyvää uudenlaista pohjoisen ja etelän välistä kumppanuutta (Goodman 2010).

KUVA 3

Koska Río Cangrejalin metsäryhmien, kuten monen muunkin yhteisömetsätalousryhmän, tuottamasta puusta valmistetut metsäntuotteet ovat peräisin luonnonmetsistä erotuksena nopeakasvuisiin ja yhden tai muutaman valikoidun puulajin tuottamiseen keskittyneestä plantaasimetsätaloudesta, ovat sertifioituun yhteisömetsätalouteen kiinnittyvät arvot ja mielikuvat vielä astetta monimutkaisempia. Samalla kun sertifioinneissa painotetaan

sertifioitujen metsäntuotteiden tuottamiseen liittyvän työn uudenlaista arvoa ja sosiaalista kestävyyttä, liitetään yhteisömetsätaloustuotteisiin myös monia sellaisia mielikuvia ja arvonmäärittäjiä, jotka erottavat nämä tuotteet sertifioitujen plantaasimetsien tuotteista. Nämä arvonmäärittäykset ovat kiinteästi sidoksissa siihen, mikä ei ole ”ihmiskäden jälkeä”, kuten Andrew Walsh (2010) analyysissään madagaskarilaisista luonnonsafiireista toteaa. Tältä pohjalta trooppisista luonnonmetsistä peräisin olevat metsäntuotteet luokitellaan varsinkin tietyillä erikoismarkkinoilla arvokkaammiksi kuin sertifioitujen plantaasimetsätaloudessa tuotetut tuotteet osittain siitä syystä, että ne ovat ainutlaatuisiksi koettuja Luonnon tuotteita, ilman ihmisen keinotekoisesta puuttumisesta luonnon kiertokulkuun puunjalostuksen ja kasvupaikan muokkauksen kautta. Tätä tuotannon, arvojen ja mielikuvien monimutkaista kiinnittymistä toisiinsa eivät monet ympäristöjärjestöt ole ottaneet riittävästi huomioon markkinoidessaan yksioikoisesti mitä tahansa sertifioitua tuotetta moraalisesti arvokkaampana kuin sertifioimatonta. Yhteisömetsätaloustuotteiden arvonmäärittäminen on kiinteästi sidoksissa paitsi paikallisen työn, yhteisöllisyyden ja autenttisuuden mielikuviin, myös niihin arvoihin ja merkityksiin, joita trooppinen luonnonmetsä meissä herättää verrattuna plantaasimetsätalouteen. Aivan kuten ei ole olemassa mielikuvista vapaita metsän tai muitakaan tuotteita, ei eri tuotteisiin liitettäviä mielikuvia voida myöskään erottaa näiden tuotteiden fyysistä ominaisuuksista tai materiaalisista olosuhteista.

Siinä missä etelän pientuottajan tehtävänä on sertifioitujen tuotteiden markkinoinnissa osoittaa uskollisuutta kulttuurisille perinteille ja paikalliselle ympäristötietämykselle, pohjoisen kuluttaja esitellään mieluusti kosmopoliittina, joka yhdistelee eri tyyplejä ja arvostaa vieraita kulttuureita. Useissa ympäristöjärjestöjen ja vähittäiskauppioiden kampanjoissa tuodaan esille sitä, miten Río Cangrejalin ja muiden etelän yhteisömetsätalousryhmien tuotteiden muotoiluun ovat antaneet pyyteettömän panoksensa monet kansainvälisesti tunnetut

muotoilijat. Näiden muotoilijoiden henkilökuvia ja heidän eettisiä muotoiluperiaatteitaan esitellään sertifioituista tuotteista kertovissa lehtisissä. Samalla painotetaan pohjoisen kuluttajien kaipaamia tuulahduksia perinteisen ja modernin, paikallisen ja globaalin uudenlaisista yhdistämisistä, kuten erään tanskalaisen huonekalunäyttelyn tropiikin sisustustarvikkeita esittelevä mainosteksti asian ilmaisi:

Meidän muotoilijamme ovat työskennelleet läheisesti kyläläisten kanssa (...) yhdistääkseen tuhansia vuosia vanhan käsityötietämyksen (...) korkean teknologian tuotantotekniikoihin. Tuloksena on ennen näkemätön muotoilullisten innovaatioiden ja ilmausten yhdistelmä (...) kaunis sekoitus uusia ja vanhoja ilmauksia.

Tällaisella perinteisen ja modernin yhdistämisellä etelän tuottajat valjastetaan pohjoisen kulutustapahtumien ainutkertaisuuden varmentajiksi. Ripauksella etelän erilaisuutta ja paikallista käden jälkeä tuotteesta saadaan brändättyä yksilöllinen ja omaperäinen. Samassa näyttelyssä erään huonekaluliikkeen mainospäällikkö esitteli minulle liikkeensä uusia design-tuotteita kuluttajien toiveet täyttävinä omaperäisyyden ilmentyminä:

Kuluttajat ovat kiinnostuneita tuotteista, jotka ovat saaneet inspiraationsa luonnosta ja jotka ovat ainutlaatuisia (...) Katso esimerkiksi tätä seinävaatetta (...) Jokaisessa tekstiilissä on sen naisen nimikirjoitus, joka sen on tehnyt. Jokainen tuote on ainutkertainen, eräänlainen taideteos. Voit löytää monia tarinoita näiden tuotteiden takaa. Itse asiassa jokainen tuote on tarina sinänsä.

KUVA 4

Ongelmallista tässä mielikuvien ketjussa on ennen kaikkea se, että erilaisten miellelyhtymien avulla etelän köyhien toimeentulomuodot sidotaan pohjoisen kulutukseen. Tietynlainen kulutus pohjoisessa nähdään köyhyyden lievennyksen ankkuriksi etelän paikallisyhteisöissä. Sertifioimattomien tuotteiden ostaminen leimataan yksioikoisesti vääräksi valinnaksi, samalla

kun sertifiointi katsotaan takeeksi, siitä että kuluttajan ostopäätös on moraalisesti oikea.

Mieleen herää kysymys, mitä tapahtuu niille 99 % maailman yhteisömetsistä ja paikallisyhteisöistä, jotka eivät koskaan onnistu pääsemään sertifiointiin piiriin.

Hallinnan mielikuvat

Ympäristösertifiointien hallinnassa painotetaan kuluttajien kykyä muodostaa moraalisia yhteyksiä talouden, politiikan ja ympäristökysymysten välillä ja tehdä tietoisia ostopäätöksiä, jotka perustuvat ympäristölliseen ja yhteiskunnalliseen vastuullisuuteen. Mielikuvilla pyritään luomaan kuvaa sertifioiduista tuotteista vaihtoehtoina maailmankaupan sosiaalisesti epäoikeudenmukaisille suhteille, kuten erään huonekaluketjun toimitusjohtaja haastattelussaan minulle esitti: "Meillä on tarjottavana tarina, joka todella muuttaa maailmaa. Me autamme ihmisiä löytämään itse keinoja päästä irti köyhyydestä." Vastaavasti FSC:n Río Cangrejalin yhteisömetsistä kertova kampanjateksti vakuuttaa: "Meidän tarinamme osoittaa, että "kaikki hyötyvät" -tilanteita on todellakin mahdollista luoda; tilanteita jotka ovat voitollisia sekä ympäristölle että ihmisille, jotka elävät tuossa ympäristössä." Tällaiset maalaukselliset selviytymistarinat peittävät helposti alleen ne olosuhteet, joissa kehitysmaiden yhteisömetsätalousryhmät työskentelevät ja ne reunaehdot, joita sertifiointit heille asettavat.

Vaarana on ensinnäkin se, että lisääntyneiden vaatimusten myötä yhä useampi etelän yhteisömetsätaloushanke putoaa pois markkinoilta. Sertifioitujen metsätalouden on täytettävä paitsi FSC:n asettamat kestävän kehityksen kriteerit myös erityismarkkinoiden laatuvaatimukset. Kuten Michael Goodman (2010, 115) toteaa, maailmassa on kasvava määrä tuottajia, joilla ei ole mitään myytävää kansainvälisille markkinoille: ei laadukkaita tuotteita,

ei kiinnostavia tarinoita, ei uljaita maisemia eikä eksoottisia kasvoja. Vain murto-osa etelän yhteisömetsätalousryhmistä on päässyt sertifioinnin piiriin ja suurin osa näistäkin kansainvälisten kehitysprojektien siivittämänä (Ebeling & Yasué 2009). Kun kehitysprojektien tuki aikanaan loppuu, on epäselvää kuinka moni näistä yhteisömetsätaloushankkeista pystyy kilpailemaan sertifoiduilla markkinoilla.

Ympäristösertifioinnit asettavat metsätaloudelle myös monia sellaisia vaatimuksia, joita on vaikea soveltaa etelän yhteisömetsätalouteen ja paikallisiin luonnonvarojen käyttömuotoihin. Esimerkiksi Río Cangrejalisissa sertifioinnin arvioijat ovat korostaneet sitä, että metsätaloudesta saatava hyöty tulee jakaa tasaisesti koko yhteisölle. Vaatimus on kohtuuton, kun ottaa huomioon, että Hondurasin metsälain mukaan kukin metsäryhmä saa hakata ainoastaan 200 m³ puuta vuodessa. Lisäksi metsäryhmät kantavat vastuun metsätalouden kustannuksista sekä siitä, että metsänhoito noudattaa lain ja FSC:n asettamia vaatimuksia. Näkemys hyötyjen jakamisesta koko yhteisölle perustuu konventionaaliseen käsitykseen etelän paikallisyhteisöistä homogeenisinä yksikköinä, joissa kaikilla on samat toimeentulomuodot ja yhtenäiset tavat käyttää luonnonvaroja. Myös vaatimus, että metsän käyttöoikeudet pitää pystyä virallisesti dokumentoimaan, on epäoikeudenmukainen. Se unohtaa, että monet perinteiset metsän käyttöoikeudet etelän paikallisyhteisöissä perustuvat kirjoittamattomiin sosiaalisiin sääntöihin ja kulttuurisiin käytäntöihin.

Vaikka sertifioitujen tuotteiden markkinoinnissa pyritään mielikuvien avulla vastakohtaistamaan konventionaalisten markkinoiden alistavat kaupankäynnin muodot sertifioitujen tuotteiden kumppanuussuhteisiin, jää metsäntuotteiden arvoketjuja analysoidessa sittenkin epäselväksi, miten paljon kuluttajien yhteiskunnallinen tietoisuus ja globaali vastuullisuus ovat sertifiointien myötä kasvaneet. Voidaan syystä miettiä, kertovatko

sertifioiduista metsäyhteisöistä muovatut tarinat sittenkin enemmän meidän eksoottisuuden kaipuustamme kuin konkreettisista pyrkimyksistä globaalin eriarvoisuuden vähentämiseksi. Tällä hetkellä valtaosa etelän yhteisömetsätalousryhmistä ei saa sertifioituista tuotteista juurikaan lisähintaa (Klooster 2006; Nygren & Myatt-Hirvonen 2009; Pattberg 2005; Taylor 2005). Vaikuttaa vahvasti siltä, että Río Cangrejalin puusta tehtyjen keittiöjakkaroiden ja kynnysmattojen mentaalinen matka mielikuvien avarilla kentillä kulkee jokseenkin eri reittejä kuin tuotteiden materiaallinen matka globaaleissa arvoketjuissa.

Tästä huolimatta lienee sittenkin parempi, että etelän pientuottajat tuottavat sertifioituja kuin sertifioimattomia tuotteita. Sertifioinnit ovat tuoneet selkeitä parannuksia sekä Río Cangrejalin että monien muiden etelän yhteisömetsätalousryhmien luonnonvarojen käyttöoikeuksiin ja mahdollisuuksiin saada ääntään metsäpolitiikassa kuuluville. Ne ovat myös kasvattaneet ryhmäläisten itsetuntoa ja tuoneet yhteisöllisille metsätaloushankkeille kansainvälistä tunnustusta (Klooster 2006; Taylor 2005). Lisäksi sertifiointeihin liittyy pyrkimys poistaa hierarkkisia kaupankäynnin muotoja ja tietty kiinnostus vieraita kulttuureita kohtaan. Vaarana on kuitenkin se, että sertifioinneissa paikallinen luonto kaupallistetaan globaalien markkinoiden elämystarvikkeiksi ja paikalliset ihmiset tuotteistaan kulttuurisesti erilaiseksi toiseksi (katso myös Kallisen artikkeli tässä teoksessa).

Toisaalta jos mitään eksoottista toista ei olisi, sertifioituja tuotteita ei ilmeisesti ostettaisi. Kuten Wright (2004, 678) toteaa, kuluttajilla tuskin olisi moraalista velvollisuudentunnetta ostaa etelän pientuottajien sertifioituja tuotteita, ja maksaa näistä lisähintaa, jos he kokisivat näiden tuottajien olevan samassa asemassa itsensä kanssa. Tämän vuoksi valikoidut kuvat erilaisista toisista, jotka pitävät huolta maailman metsien monimuotoisuudesta ja ahkeroivat toimeentulonsa eteen vaalimalla paikallisia perinteitä, ovat erottamaton osa sertifioitujen

tuotteiden myyntiä. Jos sertifioidut tuotteet kadottavat erilaisuuden leimansa ja maineensa siitä, että niiden tuotanto perustuu ympäristöllisesti ja sosiaalisesti vastuulliseen metsätalouteen, ne ovat vaarassa menettää tärkeän osan uskottavuuttaan ja sitä erityisyyttään, joka on tehnyt niistä kysyttyjä tuotteita tiettyjen loppukuluttajien silmissä (Goodman 2010).

Ongelmallista sertifioinneissa on ennen kaikkea se, että monet niistä asettavat velvoitteita paikallisille tuottajille ilman merkittäviä muutoksia muualla arvoketjussa. Suurella osalla kuluttajista ei ole käsitystä siitä, että metsien ympäristösertifikaatteja on kahdenlaisia: Metsänhoidon sertifikaatteja ja ketjusertifikaatteja, joista käytetään välillä myös nimitystä puun alkuperän -sertifikaatti. Metsänhoidon sertifikaatissa vaatimukset ympäristöllisestä ja sosiaalisesta kestävyydestä koskettavat ainoastaan tuottajia. Ketjusertifioinneissa vaatimukset ulottuvat koko ketjuun tuottajista vähittäiskauppiaisiin asti. Lähes kaikki tällä hetkellä voimassa olevat yhteisömetsätaloussertifikaatit, Río Cangrejal mukaan lukien, ovat metsänhoidon sertifikaatteja.

Osittain puunjalostuksen teknisistä ja taloudellisista vaatimuksista johtuen metsäntuotteiden arvoketjut ovat hyvin monimutkaisia. Täten sertifioidut metsäntuotteet myydään pääosin konventionaalisilla erityismarkkinoilla, koska jalostuksen vaatimat investoinnit ovat niin mittavia, että vaihtoehtoisia ketjuja on huomattavasti vaikeampi kehittää kuin esimerkiksi Reilun Kaupan kahvissa. Konventionaalisilla markkinoilla toimiminen merkitsee samalla sitä, että metsien ympäristösertifioinneissa on ollut vaikea luoda vastaavanlaisia tuottajille maksettavia minimihintajärjestelmiä ja sosiaalisen kehityksen palkkioita kuin Reilun Kaupan kahvissa. Metsäntuotteiden hinnat ovat pitkälti markkinoiden määriteltävissä ilman tuottajille maksettavia reiluuden lisiä (Taylor 2005; Valkila & Nygren 2010). Vaikka monet loppukuluttajista vakuuttavat olevansa valmiita maksamaan lisähintaa sertifioiduista

tuotteista, mikäli se edesauttaa trooppisten metsien suojelua, käytännössä kuluttajat painottavat tuotteen edullisuutta yllättävän paljon, silloin kun he ostavat kotiinsa huonekaluja, puhumattakaan silloin kun he rakentavat taloa tai tekevät muita saman suurusluokan investointeja.

Markkinalähtöisinä mekanismeina ympäristösertifioinnit pohjaavat näkemykseen, että valtiollisten toimijoiden asemaa ympäristöasioiden ja työolojen säätelyssä on syytä kaventaa. Tästä on ollut ainakin Río Cangrejalissa kyseenalaisia seurauksia, kun viranomaiset ovat siirtäneet merkittävän osan laittomien hakkuiden kontrolloinnista paikallisten metsäryhmien harteille. Laittomien hakkuiden valvonta paikallisvoimin on erittäin vaarallista, sillä monet laittomia hakkuita harjoittavista ryhmistä ovat aseistettuja ja pahimmillaan kytköksissä huumekaupan kanssa (Nygren & Myatt-Hirvonen 2009). Ryhmäsertifioinnit ovat tarjonneet viranomaisille tilaisuuden siirtää myös metsätalouden seurantaan liittyviä tehtäviä metsäryhmien kannettavaksi. Sisäinen ryhmäkuri on tehokasta etenkin silloin, jos yhden jäsenen huolimattomuudesta koituu haittaa koko ryhmälle. Osa sertifiointitutkijoista on myös sitä mieltä, että sertifioinnit tarjoavat keinon isoille vähittäiskauppaketjuille ulkoistaa laadunvalvonnan kustannuksia kolmannen sektorin sertifiointilaitoksille (Guthman 2007; Klooster 2006).

Lopuksi

Tämä artikkeli on tarkastellut metsien ympäristösertifiointeja monimutkaisina hallinnan muotoina nojaamalla monipaikkaiseen etnografiseen tutkimukseen Río Cangrejalin yhteisömetsistä. Río Cangrejalin paikallisyhteisöt eivät suinkaan ole eristäytyneitä yhteisöjä ”kaukana siellä”. Alueen ihmiset ovat vuosikymmeniä tuottaneet erilaisia maatalous- ja

metsätuotteita kaupallisille markkinoille. Markkinalähtöisten mekanismien myötä valtion roolia metsätalouden ohjailussa on vähennetty. Sertifiointit eivät ole markkinalähtöisinä ohjailukeinoina kuitenkaan sanottavasti lieventäneet hierarkkisia kauppasuhteita, sillä metsänhoidon sertifikaatit keskittyvät tuotantovaiheen kontrollointiin, ilman sanottavia muutoksia jalostus-, tukku- ja vähittäiskauppavaiheissa.

Sertifiointit ovat tuoneet selkeitä parannuksia sekä Río Cangrejalin että monien muiden etelän yhteisömetsätalousryhmien luonnonvarojen käyttöoikeuksiin ja mahdollisuuksiin saada ääntään metsäpolitiikassa kuuluville (Klooster 2006; Nygren & Myatt-Hirvonen 2009; Taylor 2005). Ne ovat myös kasvattaneet paikallisten ihmisten omanarvontuntoa sekä tuoneet yhteisömetsätaloushankkeille kansainvälistä tunnustusta.

Ongemallista metsien ympäristösertifoinneissa on ennen kaikkea se, että etelän yhteisömetsätalousryhmien on pakko myydä sertifioituneet tuotteet kansainvälisille erityismarkkinoille, koska suurella osalla kehitysmaiden kansallisista markkinoista ei ole sertifioituille tuotteille kysyntää. Kilpailu näillä nopeasti muuttuvilla erityismarkkinoilla on tavattoman kovaa. Koska Río Cangrejalin ja monien muidenkin etelän yhteisöjen metsäalueet ovat suhteellisen pieniä ja jossakin määrin fragmentoituneita, yhteisömetsätalousryhmät eivät pysty kilpailemaan kansainvälisillä massatuotantoon suuntautuneilla markkinoilla. Ainoa keino on yrittää myydä tuotteet korkeaa laatua ja korkeita ympäristövaatimuksia asettaville erityismarkkinoille. Vaarana tällaisissa strategioissa on, että paikallinen luonto kaupallistetaan globaalien markkinoiden elämystarvikkeiksi ja paikalliset ihmiset tuotteistaan kulttuurisesti erilaiseksi toiseksi. Tosiasiassa ei ole olemassa yksioikoisen autenttisia tuottajayhteisöjä eikä paikallisia ympäristöjä, samoin kuin ei myöskään mielikuvista vapaita autenttisen arvon omaavia tuotteita (autenttisuudesta katso myös Kallisen ja Tammiston

artikkelit tässä teoksessa).

Ongelmallista markkinalähtöisissä ympäristösertifioinneissa on myös se, että maailmankaupan laajat rakenteelliset epäkohdat jäävät helposti vähälle huomiolle, kun ympäristöllinen ja sosiaalinen oikeudenmukaisuus sidotaan kuluttajien yksilöllisiin valintoihin ja nopeasti vaihtuviin esteettisiin mieltymyksiin. Ympäristösertifioinnit sinällään tuskin ratkaisevat maailmankaupan isoja rakenteellisia ongelmia. Merkittäviä muutoksia globaalissa vastuullisuudessa ja sosiaalisessa oikeudenmukaisuudessa ei saavuteta pelkästään vaatimalla paikallisilta tuottajilta ympäristöystävällisempää ja sosiaalisesti kestävämpää tuotantoa. Muutoksia tarvitaan myös globaalin huonekalu- ja sisutustarvikekaupan rakenteissa ja tuottajien, jalostajien ja vähittäiskauppioiden välisissä valtasuhteissa.

Lähteet

- Barrientos, Stephanie & Catherine Dolan (toim.) 2006. *Ethical sourcing in the global food system: Challenges and opportunities to fair trade and the environment*. London: Earthscan.
- Bassett, Thomas J. 2010. Slim pickings: Fairtrade cotton in West Africa. *Geoforum* 41:1, 44–55.
- Bähre, Eric 2007. Reluctant solidarity: Death, urban poverty and neighbourly assistance in South Africa. *Ethnography* 8:1, 33–59.
- Cashore, Benjamin, Fred Gale, Errol Meidinger, & Deanna Newsom 2006. Forest certification in developing and transitioning countries. *Environment* 48:9, 6–25.
- Chernela, Janet 2005. The politics of mediation: Local-global interactions in the Central Amazon of Brazil. *American Anthropologist* 107:4, 620–631.

- Dicken, Peter 2007. *Global shift: Mapping the changing contours of the world economy*. New York: Guildford Press.
- Ebeling, Johannes & Mai Yasué 2009. The effectiveness of market-based conservation in the tropics: Forest certification in Ecuador and Bolivia. *Journal of Environmental Management* 90:2, 1145–1153.
- Eden, Sally 2009. The work of environmental governance networks: Traceability, credibility and certification by the Forest Stewardship Council. *Geoforum* 40:3, 363–394.
- Freidberg, Susanne E. 2003. Culture, conventions and colonial constructs of rurality in South-North horticultural trade. *Journal of Rural Studies* 19:1, 97–109.
- FSC (Forest Stewardship Council) (2002). *FSC principles and criteria for forest stewardship*. Bonn: FSC.
- Goodman, Michael K. 2010. The mirror of consumption: Certification, developmental consumption and the shifting cultural politics of fair trade. *Geoforum* 41:1, 104–116.
- Guérin, Isabelle 2006. Women and money: Lessons from Senegal. *Development and Change* 37:3, 549–570.
- Guthman, Judith 2007. The Polanyian way: Voluntary food labels as neoliberal governance. *Antipode* 39:3, 456–478.
- Kaplinsky, Raphael & Mike Morris 2003. Governance matters in value chains. *Developing Alternatives* 9:1, 11–18.
- Klooster, Dan 2006. Environmental certification of forests in Mexico: The political ecology of nongovernmental market intervention. *Annals of the Association of American Geographers* 96:3, 541–565.
- Lyon, Sarah 2006. Migratory imaginations: The commodification and contradictions of shade grown coffee. *Social Anthropology* 14:3, 1–14.
- Markopoulos, Matthew D. 2003. The role of certification in community-based forest

- enterprise. Teoksessa E. Meidinger C. Elliott & G. Oesten (toim.): *Social and political dimensions of forest certification*. Remagen-Oberwinter: Forstbuch, 105–131.
- Mikkilä, Mirja & Anne Toppinen 2008. Corporate responsibility reporting by large pulp and paper companies. *Forest Policy and Economics* 10:7–8, 500–506.
- Molnar Augusta ym. 2004. Forest certification and communities. *International Forestry Review* 6:2, 173–180.
- Nygren, Anja 2004. Contested lands and incompatible images: The political ecology of struggles over resources in Nicaragua's Indio-Maíz reserve. *Society & Natural Resources* 17:3, 189–205.
- Nygren Anja 2005. Community-based forest management within the context of institutional decentralization in Honduras. *World Development* 33:4, 639–655.
- Nygren, Anja & Outi Myatt-Hirvonen 2009. "The life here is just scraping by": Livelihood strategies and social networks among peasant households in Honduras. *The Journal of Peasant Studies* 36:4, 841–868.
- Pattberg, Philipp H. 2005. The Forest Stewardship Council: Risk and potential of private forest governance. *The Journal of Environment and Development* 14:3, 356–374.
- Ponte, Stefano & Peter Gibbon 2005. Quality standards, conventions and the governance of global value chains. *Economy and Society* 34:1, 1–31.
- Raynolds, Laura T. & Siphelo Unahti Ngcwangu 2010. Fair Trade Rooibos tea: Connecting South African producers and American consumer markets. *Geoforum* 41:1, 74–83.
- Renard, Marie-Christine 2005. Quality certification, regulation and power in Fair Trade. *Journal of Rural Studies* 21:4, 419–431.
- Roquas, Esther 2002. *Stacked law: land, property and conflict in Honduras*. Amsterdam: Rozenberg Publishers.
- Scholte, Jaan A. 2008. Defining globalisation. *The World Economy* 31:11, 1471–1502.

- Slater, Candace 2002. *Entangled Edens: Visions of the Amazon*. Berkeley: University of California Press.
- Stasch, Rubert 2009. *Society of others: Kinship and mourning in a West Papuan place*. Berkeley: University of California Press.
- Stoller, Paul 2003. Circuits of African art/paths of wood: Exploring an anthropological trail. *Anthropological Quarterly* 76:2, 204–227.
- Tallontire, Anne 2009. Top heavy? Governance issues and policy decisions for the fair trade movement. *Journal of International Development* 21:7, 1004–1014.
- Taylor, Peter. L. 2005. In the market but not of it: Fair Trade coffee and Forest Stewardship Council certification as market-based social change. *World Development* 33:1, 129–147.
- Tsing, Anna L. 2005 *Friction: An ethnography of global connection*. Princeton: Princeton University Press.
- UNECE/FAO 2009. *Forest products annual market review 2008-2009*. Geneva: United Nations.
- Valkila, Joni & Anja Nygren 2010. Impacts of Fair Trade certification on coffee farmers, cooperatives and laborers in Nicaragua. *Agriculture and Human Values* 27:3, 321–333.
- Varul, Matthias Zick 2008. Consuming the campesino: Fair trade marketing between recognition and romantic commodification. *Cultural Studies* 22:5, 654–679.
- Walsh, Andrew 2005. The obvious aspects of ecological underprivilege in Ankarana, northern Madagascar. *American Anthropologist* 107:4, 654–665.
- Walsh, Andrew 2010. The commodification of fetishes: Telling the difference between natural and synthetic sapphires. *American Ethnologist* 37:1, 98–114.
- White, Andy & Alejandra Martin 2002. *Who owns the world's forests? Forest tenure and public forests in transition*. Washington D.C: Forest Trends.
- Wright, Caroline 2004. Consuming lives, consuming landscapes: Interpreting advertisements

for Cafédirect coffees. *Journal of International Development* 16:5, 665–680.

Yeung, Henri, Wiedong Liu & Peter Dicken 2006. Transnational corporations and network effects of a local manufacturing cluster in mobile telecommunications equipment in China. *World Development* 34:3, 520–540.